

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, D. E. R., & Fikriyah, K. (2023). Pengaruh *live streaming* dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian Produk *fashion muslim* (Studi Kasus Pelanggan TikTok Shop di Surabaya). *Jurnal ilmiah edunomika*, 7(1).
- Anggraini, A. A., & Hakimah, E. N. (2022). Mendongkrak Pemasaran Melalui *Content Marketing* Dan *Influencer* Studi Pada Bisnis Busana Qomeshop Kota Kediri. *Simposium nasional manajemen dan bisnis (Simanis) dan Call for Paper*, 1(1), 572-583
- Azhari, S., & Ardiansah, I. (2022). Efektivitas Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai *Platform* Pemasaran Digital Produk Olahan Buah Frutivez (@ hellofrutivez). *Jurnal manajemen agribisnis (Journal Of Agribusiness Management)*, 10(1), 508.
- Anugrah, S. N., Hafidzi, A. H., & Wibowo, Y. G. (2023). Pengaruh promosi produk melalui media sosial tiktok dan *review* produk pada *marketplace* terhadap keputusan pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswa Unmuh Jember). *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(2), 173-182.
- Chamidah, N. (2022). Pengaruh *word of mouth* mengenai *live streaming* tiktok shop terhadap keputusan pembelian. *Konsumen. Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 1(2), 131-143.
- Dan On Demand Mnc Group (Studi Kasus: Aplikasi Rcti+). *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 6(1).
- Jikem : *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 2(2), 3155-3163.
- Jauhariya, K. C., Yunus, M. I., & Pamuji, E. (2022). Strategi Citra *Living With Aesthetic And Quality Reviewer* Pada *Platform* Tiktok Live Natasha Surya. *Digicom: Jurnal Komunikasi dan Media*, 2(4), 27-37.
- JIKEM: *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 2(2), 3155-3163
- Khayrani, H. (2021). Strategi Bertahan Hidup Era Pandemi Covid-19 (Studi Kasus: Pengguna Media Sosial Aplikasi *Live Streaming*) (*Bachelor's thesis*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Komalasari, A. F. (2023). Analisis teknik digital marketing dalam aplikasi tiktok (Studi kasus akun@ cicichania96) V. *Prosiding Konferensi Nasional Sosial dan Politik (KONASPOL)*, 1,

411-420.

- Laily nur khanifah. (2021). Peran strategi digital marketing pada sosial media (tiktok).
- Mafiroh, F. (2019). pemanfaatan media sosial instagram oleh akun@ tamanwisatagenilagit sebagai media promosi dalam meningkatkan minat pengunjung taman wisata geni langit. IAIN Ponorogo.
- Maharani, T., Nuraida, N., Nur, D. M., & Pohan, H. A. (2022). Implementasi *Digital Marketing* dalam Meningkatkan Penjualan Produk di MS Glow Palembang.
- Nasution, A. M., & Elihami, Z. M. N. (2022). Pemanfaatan Sosial Media Tiktok sebagai Strategi Promosi dalam Berwirausaha Persfektif Ekonomi Islam.
- Nurhidayah, W. (2022). Tinjauan maqasid shari'ah terhadap fitur *live streaming* aplikasi tiktok (*Doctoral dissertation*, IAIN Ponorogo).
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80.
- Pradika, M. F., & Sumardjijati, S. (2023). Penggunaan Aplikasi Tiktok sebagai Media Pemasaran Pof Perfume. *Journal on Education*, 5(4), 12444-12456
- Putra, R. R., & Hidayat, Z. (2022). Komunikasi Pemasaran Layanan Video *Streaming*
- Ramadhan, H., Ilham, R. P., Akalili, A., & Kulau, F. (2021). Analisis Teknik *Digital Marketing* Pada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Akun TikTok@ jogjafoodhunterofficial) *Analysis of Digital Marketing Techniques in Tiktok Application (Case Study of@ jogjafoodhunterofficial. Online) Social: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 18(1), 49-60.
- Rosmiati, R. (2022). Dari video ke toko: Budaya konsumen melalui Media sosial tiktokshop . Saskara: *Indonesian Journal of Society Studies*, 2(2), 1-16.
- Harita, H. T. S., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh *direct marketing* dan *product quality* terhadap minat beli ulang pada live streaming marketing tiktok. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Manajemen Bisnis Digital*, 1(2), 171-184.
- Yupi, Y., & Putri, A. H. (2023). Analisis Konten Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Aplikasi Tiktok. *Komversal: Jurnal Komunikasi Universal*, 5(1), 70-92.
- Hartini, W., & Putri, Y. R. (2022). Analisis Komunikasi Pemasaran Blishful Indonesia Melalui *Typical Person Endorser* Pada Media Sosial Tiktok. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(6), 3874-3888.
- Jauhariya, K. C., Yunus, M. I., & Pamuji, E. (2022). Strategi Citra *Living With Aesthetic And*

Quality Reviewer Pada Platform Tiktok Live Natasha Surya. Digicom: Jurnal Komunikasi dan Media, 2(4), 27-37.

Septriyanti, S. N. (2022). Pemanfaatan tiktok sebagai media strategi komunikasi pemasaran pada akun @Sheriz_official (*Doctoral dissertation*, UPN Veteran Jawa Timur).

Suarna, I. F. *Purchase decision pada live streaming shopping pengguna media sosial tiktok di bandung*

